

PMS

Estudio de Mercado Narrativa Gráfica en Francia

2015

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Francia - ProChile

I. Tabla de contenido

I. Tabla de contenido	2
II. Identificación del servicio	3
1. Nombre del servicio	3
2. Descripción del servicio	3
III. Análisis FODA.....	5
IV. Descripción general del mercado importador	6
1. Tamaño del mercado.....	6
2. Crecimiento en los últimos 5 años	6
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado.....	8
4. Aparatos digitales	8
V. Descripción sectorial del mercado importador	10
1. Comportamiento general del mercado.....	10
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio	12
3. Proporción de servicios importados	15
4. Dinamismo de la demanda	16
5. Canales de comercialización	16
6. Principales players del subsector y empresas competidoras	19
7. Marco legal y regulatorio del subsector	21
8. Tendencias comerciales del sector	22
VI. Competidores	24
1. Principales proveedores externos	24
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.....	24
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores	25
4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores	25
VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios	25
VIII. Otra información relevante del mercado de destino	26
IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado	29
X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ...	30
XI. Contactos relevantes.....	30
XII. Fuentes de información (<i>Links</i>).....	31

II. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

La narrativa gráfica en Francia es un mercado muy amplio. En 2014 se vendieron 35 millones de historietas equivalentes a 409 millones de euros. Este género tiene tres subgéneros principales en el país, que son:

- Bande Dessinée o BD
- Manga
- Cómics

2. Descripción del servicio

La narrativa gráfica es toda narración efectuada en forma secuencial a través del uso de viñetas y dibujos que constituyen un relato, el que puede ser con o sin texto. Fue definida por Will Eisner¹ como “arte secuencial”. Sucesivamente Scott McCloud², partiendo de la concepción de Eisner, definió el cómic como “ilustraciones y otras imágenes yuxtapuestas en secuencia deliberada con el propósito de transmitir información y/u generar una respuesta estética del lector”.

El relato se realiza sobre papel, o en forma digital, pudiendo constituir una simple tira en la prensa, una página completa, una revista o un libro.

En Francia, se le denomina **Bande Dessinée** o **BD** (traducido literalmente como cinta dibujada) y se les conoce como el **noveno arte**. El país es reconocido como uno de los más dinámicos en el mundo de la narrativa gráfica debido al gran desarrollo que hay en este mercado, tanto en producción, oferta y demanda. Hay muchos autores y editoriales franceses reconocidos en el mundo entero, además de diversas ferias donde se exponen los trabajos y tiendas especializadas en BD.

En Francia, se utiliza la palabra **BD** para referirse específicamente a **novelas gráficas de origen franco-belga**, pero también se utiliza para el **universo general** de cómics, historietas, manga, novelas gráficas, etc. Cada uno de estos tiene características que los definen y diferencian de las otras categorías. Originalmente, las diferencias entre cada uno se daban principalmente por el espacio geográfico en el que eran producidos, pero hoy en día también hay autores franceses que producen manga o cómics, por lo que las diferencias se dan a partir de las características específicas de cada uno de ellos.

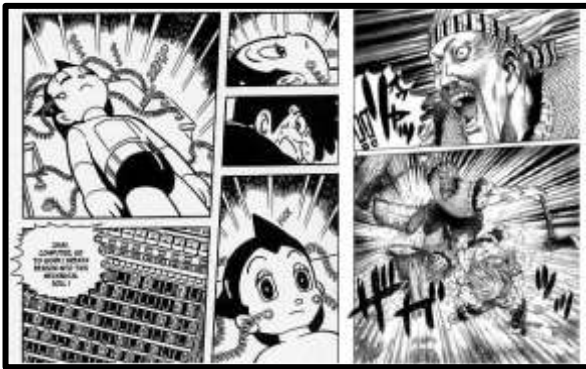
¹ **William Erwin Eisner**: fue un influyente historietista estadounidense, creador del famoso personaje The Spirit en 1941 y popularizador del concepto de novela gráfica a partir de 1978.

² **Scott McCloud**: es un autor, ensayista y teórico de cómics. Conocido como uno de los más importantes impulsores de la historieta como medio artístico, y de los primeros promotores de los web comics como una variedad diferente de comic, con distintas posibilidades que las de sus predecesores impresos.

Los 3 principales tipos de historietas en Francia son:

- **BD:** es un libro más grande en comparación a un cómic o manga (alrededor de 32x23x10 mm). Con alrededor de 40-50 páginas y tapa dura, contiene mayor elaboración que los demás.
- **Manga:** libros pequeños en blanco y negro, que se leen de atrás hacia adelante.
- **Cómics:** con fuerte presencia de superhéroes sus libros en general, son de tapa blanda y tamaño intermedio.

Además, cada uno de ellos tiene un estilo de dibujo diferente, como se muestra a continuación:



Manga



Cómic



BD franco-belga

III. Análisis FODA

Estrategia de ingreso al mercado <ul style="list-style-type: none"> Adaptarse a las tendencias del mercado francés Innovar en cuanto a la forma de penetrar el mercado (como con los BD digitales, por ejemplo) 		FACTORES INTERNOS	
		FORTALEZAS (del servicio chileno) <ul style="list-style-type: none"> En Chile hay un alto potencial para la producción de BD (muchos autores y dibujantes con grandes habilidades). Chile tiene buena reputación en cuanto a su estabilidad para hacer negocios. 	DEBILIDADES (del servicio chileno) <ul style="list-style-type: none"> Idioma. El estilo y forma de narrar de los autores chilenos está muy enfocada al público chileno. El BD chileno no es conocido internacionalmente.
FACTORES EXTERNOS	Oportunidades de la Industria francesa El mercado francés para la BD es muy grande, por lo que tiene alcance a mayor variedad de productos y estilos de BD.	Cómo usar las fortalezas del servicio chileno para aprovecharlas oportunidades del mercado francés <ul style="list-style-type: none"> Asociarse con actores internos del mercado francés para facilitar la penetración de éste desde una posición aventajada. Posicionarse como narrador de historia de aventura de Latino América 	Cómo resolver las debilidades del servicio chileno, que limitan el aprovechamiento de las oportunidades del mercado francés <ul style="list-style-type: none"> Chile tiene mucho potencial intelectual lo que es interesante para un público francés, pero hay que saber alinear los factores en cuanto a narración según el público al que está dirigido.
	Amenazas de la competencia de otros países Al ser un mercado tan activo hay mucha competencia tanto interna como externa (muchos países que intentan llegar a Francia).	Cómo usar las fortalezas del servicio chileno, para reducir el impacto de las amenazas de la competencia en el mercado francés <ul style="list-style-type: none"> Tener un elemento que dé valor agregado al trabajo chileno para distinguirse de la competencia. Estar al tanto de las tendencias temáticas y tecnológicas (por ejemplo: mercado digitalizado). Demostrar responsabilidad al hacer negocios. 	Cómo minimizar las debilidades, que pueden hacer las amenazas una realidad <ul style="list-style-type: none"> Tener los trabajos traducidos para presentarlos a los actores franceses del sector. Adaptarse al público francés y sus intereses.

IV. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado

Cifras Macro	
Población a enero de 2015	66,3 millones de habitantes
PIB en 2014	2.142 mil millones de euros
PIB per cápita en 2014	32.400 euros

- El sector servicios de Francia representa 80% del PIB y emplea a casi tres cuartos de la población activa.
- Francia es el primer destino turístico del mundo, ya que recibe la visita de más de 75 millones de turistas extranjeros cada año.
- Francia es la mayor potencia agrícola de la Unión Europea (aporta un cuarto de la producción agrícola total) y la segunda del mundo, después de Estados Unidos. Sin embargo, este sector representa una mínima parte del PIB del país. Francia produce principalmente trigo, maíz, carne y vino.
- La industria manufacturera de Francia está muy diversificada, pero el país se encuentra inmerso en un proceso de desindustrialización que se traduce en numerosas deslocalizaciones. En efecto, la mano de obra francesa es más cara que otros países de Europa del Este por ejemplo. Los sectores industriales clave son las telecomunicaciones, la electrónica, la automoción, infraestructura y energía, el sector aeroespacial y el armamentístico.

2. Crecimiento en los últimos 5 años

PIB de Francia (crecimiento porcentual anual, precio constante) según el *Instituto Nacional de la Estadística y Estudios Económicos*, (**INSEE**³ por sus siglas en francés)

Año	Evolución %
2010	2,0
2011	2,1
2012	0,3

³ Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) <http://www.insee.fr/fr/>

2013	0,3
2014	0,4

En 2009 Francia se enfrentó a una recesión de su actividad económica debido a la crisis financiera internacional. La contracción fue de un 2,5%, para luego recuperarse en 2010-2011. Sin embargo, las repercusiones de la crisis hicieron que el crecimiento fuera casi nulo en 2012. En 2014, el índice de desempleo fue de 9,9%⁴, alcanzando su nivel más alto de los últimos 12 años.

En 2014 el consumo de los hogares franceses avanzó un 0,6%, tres décimas más que en 2013 (0,3%). Además, las exportaciones francesas avanzaron un 2,7%, por encima del 2,4% registrado un año antes, con un gran porcentaje de ventas de material de transporte (10,7%). La producción creció un 0,6%, con un incremento de la actividad manufacturera (0,4%) y mercantil (1,2%), y una reducción de la construcción (2,9%), el PIB creció un 0,4%. Las estimaciones del Gobierno, la Comisión Europea y el Fondo Monetario Internacional están alineadas y prevén un avance del 1% del PIB para este año.

Francia logró enfrentarse a esta crisis mejor que la media de la zona euro gracias a que tiene un plan de estímulo masivo, una economía diversificada y un sistema bancario más sólido que la mayoría de los otros países miembros de la UE. En la actualidad, es una de las economías más desarrolladas del mundo y está bien posicionada en cuanto a nivel de vida de sus habitantes.

En 2014 el PIB total fue de 2.142 mil millones de euros y el PIB per cápita de 32.400 euros (300 euros mayor que el de 2013). A pesar de todo esto, Francia, fue la quinta potencia económica en 2014 según el ranking mundial, pero fue recientemente desplazada al sexto lugar por el Reino Unido.

En la siguiente tabla se puede ver como el comercio exterior creció hasta 2011, tuvo una leve recesión en 2012, para luego retomar el crecimiento en 2013.

INDICADORES DE COMERCIO EXTERIOR	2009	2010	2011	2012	2013
Importación de bienes (<i>millones de USD</i>)	560.081	609.650	720.029	674.415	680.673
Exportación de bienes (<i>millones de USD</i>)	484.574	523.460	596.473	568.920	579.647
Importación de servicios (<i>millones de USD</i>)	126.000	167.223	190.932	173.988	188.083
Exportación de servicios (<i>millones de USD</i>)	141.974	195.308	234.402	215.507	233.288

⁴ http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATnon03337

3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

En 2014, la agencia de calificación Fitch Ratings⁵ asignó una nota AA+ a Francia con perspectiva estable ante la mejora de su crecimiento y de sus cuentas públicas, a pesar de que no logró cumplir con sus objetivos de déficit para 2015.

De todas formas la tasa de desempleo es elevada, alcanzado su máximo histórico en 2014.

En general, se considera que Francia cuenta con una economía "saludable y diversificada" con un historial de "relativa estabilidad" macro-financiera, y una baja y estable inflación. Se beneficia también de un moderado nivel de deuda de los hogares y una alta tasa de ahorro, así como de estabilidad política.

Actualmente, los franceses están recobrando confianza en cuanto a la inversión y la economía mantiene un crecimiento sostenido.

4. Infraestructura Tecnológica

En la siguiente tabla se muestra el acceso a bienes básicos de telecomunicación que tuvieron los franceses hasta 2013, el cual es porcentualmente alto. Gran parte de la población tiene alcance a ellos.

Tasa porcentual de equipamiento de bienes durables 2013				
	2010	2011	2012	2013
Computadores	70	73	75	77
Conexión a internet	65	69	73	75
Celular	85	86	88	89

Fuente: INSEE, encuestas SRCV hasta 2013

⁵ Fitch Ratings: agencia internacional de calificación crediticia de doble sede en Nueva York y Londres. <https://www.fitchratings.com/>

Libros Electrónicos (e-book)

En febrero de 2015, la *Sociedad francesa de intereses de Autores de la Escritura* (SOFIA⁶ por sus siglas en francés), el *Sindicato Nacional de la Edición* (SNE⁷ por sus siglas en francés) y *La Sociedad de la Gente de las Letras* (SGDL⁸ por sus siglas en francés) realizaron de manera conjunta una encuesta sobre **libros digitales** (*livre numérique* en francés) en la cual se concluyó que su uso ha ido aumentando poco a poco. Se encuestaron 510 personas representantes de la población francesa, de 15 años o más, que son lectores activos de libros digitales.

- A partir de esto se determinó que el número de lectores de libros electrónicos aumentó de 15 a 18% desde el 2014
- El número de lectores de libros electrónicos a través de smartphones aumentó en 5%.
- El tiempo promedio que pasan los franceses (lectores de libros digitales) leyendo una pantalla es de 59 minutos por día.
- Más de la mitad de los lectores (51%) consiguen sus libros digitales gratis ya que están al alcance del dominio público a través de internet.

En la siguiente tabla podemos ver el acceso que tiene la población francesa a la tecnología y su uso:

Tasa de equipamiento de los lectores de libros electrónicos (febrero de 2015)			
	Poseen este bien	Lo usan como apoyo para la lectura	Lo usan para leer libros electrónicos
Computadores portables	80%	45%	8%
Smartphones	84%	32%	9%
Tablets	55%	71%	19%
Lector de E-book (ej: Kindle)	25%	90%	82%
Computadores híbridos (funciones de Tablet y computador)	9%	-	48%

Fuente: encuesta realizada por SOFIA/SNE/SGDL, febrero de 2015

⁶ Société française des intérêts des auteurs de l'écrit (SOFIA). Es una sociedad de percepción y repartición de derechos para los libros administrada por igualdad entre editores y autores en el dominio del libro. www.la-sofia.org

⁷ Syndicat National de l'Édition (SNE). Organización profesional de empresas de edición que representa los intereses de los editores. Cuenta con más de 660 adherentes. www.sne.fr

⁸ La Société des Gens de Lettres (SGDL). Institución privada independiente que defiende los derechos de autor y se dirige a todos los autores de la escritura. www.sgdl.org

V. Descripción sectorial del mercado importador

1. Comportamiento general del mercado

De acuerdo a un estudio realizado en 2015 de manera conjunta entre Ipsos⁹ y el Centro Nacional del Libro¹⁰, el 85% de los franceses se declaran lectores de los cuales, un el 21% aseguran leer mucho.

Las conclusiones obtenidas de este estudio fueron las siguientes:

- 19% de los franceses ha leído un libro digital los últimos 12 meses. Solo el 1% de ellos son lectores exclusivos de este formato. En general, se considera un complemento a la lectura en papel, practicada por el 89% de la población.
- En promedio, los franceses leen 16 libros por año:
 - 14 en **formato papel**: 21% del público son grandes lectores (más de 20 libros al año), siendo principalmente personas con estudios, sobre los 65 años, mujeres, y de clase acomodada.
 - 2 en **formato digital**: público más joven con mayor presencia de hombres que mujeres.
- Las mujeres y los hombres tienen distintas preferencias en cuanto a los temas de lecturas.
 - **Mujeres**: prefieren las novelas (81%), especialmente las novelas policiales (46%) y los libros de auto ayuda (62%)
 - **Hombres**: prefieren los libros de historia (50%), libros de historietas (50%), y los libros científicos, técnicos o profesionales (44%).
- Respecto a edades, se determinó que los **jóvenes entre 15-24** años leen principalmente:
 - Novelas de ciencia ficción, fantásticas o fantasía-heroica (51%)
 - Libros científicos, técnicos o profesionales (48%).
- Entre las **motivaciones para leer**, las principales razones son:
 - Profundización de conocimientos (23%)
 - Por Placer (19%)
 - Para relajarse (17%)
 - Para escaparse del cotidiano (14%).
- Hoy en día, al **64% de los franceses les gustaría leer más**, pero les es difícil debido principalmente a la falta de tiempo y a la prioridad dada a otras actividades

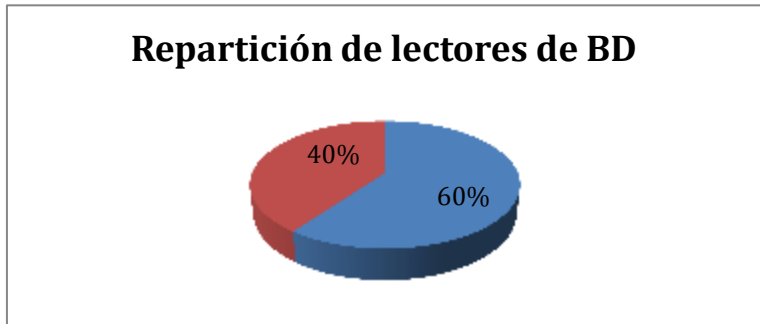
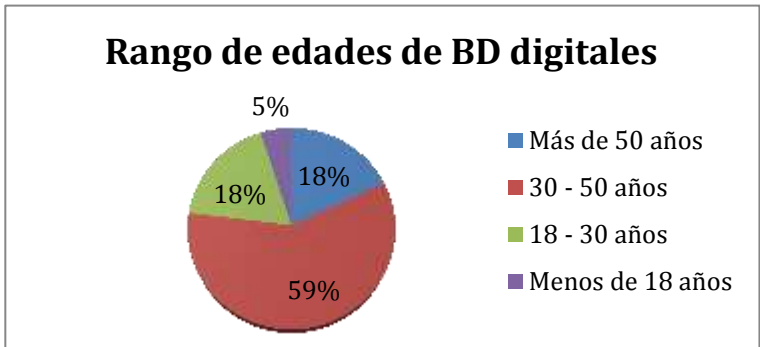
⁹ IPSOS : es un instituto de sondeos francés y una sociedad internacional de marketing de opinión.

¹⁰ Centre National du Livre <http://www.centrenationaldulivre.fr/>

Universo BD

El mercado francés es uno de los más grandes del mundo para la BD. En 2013, según el reporte anual 2014 de la *Asociación de Críticos y Periodistas de BD* (ACBD¹¹ por sus siglas en francés), sobre la BD francófona, el 10% del total de libros y 16% de los libros electrónicos vendidos fueron BD. Hubo 1.528 nuevos BD franco-belga, 1.575 de manga y 407 de cómics. Además, los BD franco-belga representaron el 62% del volumen de ventas y el 71% respecto al precio, los manga un 32% del volumen de ventas y 21% respecto al precio, y los cómics 6% del volumen de venta y 8% respecto al precio.

Sobre los libros de historietas digitales, el reporte determinó que *Izneo*¹² es la plataforma líder de distribución en el mercado francés cubriendo el 99% de éste. Con una oferta de más de 10.000 títulos, vende más de 30.000 libros al año.



El 60 % de los lectores leen historietas digitales y el 40% solamente en formato papel.

Fuente: Reporte anual 2014 sobre BD de ACBD

¹¹ *Association des Critiques et Journalistes de Bande Dessinée* (ACBD): Asociación que promueve los BD en los medios de comunicación y reunir a los actores claves en un mismo medio. <http://www.acbd.fr/>

¹² **IZNEO**: es una sociedad de difusión y de distribución de libros de historietas digitales.

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

En 2013, la producción de BD se desaceleró por primera vez en 17 años. Se publicaron 5.159 BD en Francia y Bélgica (zona francófona de Europa), 406 títulos menos que en 2012, donde se publicaron 5.565 lo que equivale a una reducción del 7,3%. Sin embargo, en 2014, la producción volvió a crecer, con un total de 5.410 títulos de BD publicados (de los cuales 3.946 son estrictamente nuevos), lo que significa un aumento del 4,64%.

Número de títulos publicados			
	2012	2013	2014
Novedades	4.109	3.892	3.946
Reediciones	1.069	880	1.058
Recopilación de ilustraciones	311	298	319
Ensayos	76	89	87
Total	5.565	5.159	5.410

Fuente: Reporte anual 2014 sobre BD de la ACBD

Número de títulos publicados por género			
	2012	2013	2014
Franco-belga	1.731	1.528	1.579
Manga	1.621	1.575	1.617
Cómics	366	407	372
Novelas gráficas	391	372	378
Total	4.109	3.882	3.946

Fuente: Reporte anual 2014 sobre BD de la ACBD

Número de títulos publicados por tema dentro de Francia y Bélgica			
	2012	2013	2014
Humorísticos	489	411	406
Serie históricas	413	398	427
Fantásticas	265	240	191
Thrillers	267	213	221
Obras para niños	268	221	307
BD eróticos	29	45	27
Total	1.731	1.528	1.579

Fuente: Reporte anual 2014 sobre BD de la ACBD

Según el cuadro, los BD con mayor presencia en el mercado francés son las series históricas y las humorísticas franco-belgas.

Editoriales

La BD en 2014 representó sólo el 6,9% de la producción editorial global del mercado francés, porcentaje menor que en 2013 cuando fue un 7,3%.

Respecto a la edición, si bien en 2014 hubo un total de 349 editoriales que publicaron BD, hay 3 principales grupos que dominan la actividad del sector: *Delcourt*¹³, *Média-Participations*¹⁴ y *Glénat*¹⁵, que agruparon el 36,23% de la producción ese año (38,18% en 2013).

En los siguientes cuadros se detalla la participación de los 3 principales grupos editoriales y cómo esta ha ido variando en los últimos años y el número de autores de historietas

NÚMERO DE PUBLICACIONES DE LAS 3 PRINCIPALES EDITORIALES				NÚMERO DE AUTORES EN REGIONES FRANCÓFONAS EUROPEAS			
	2012	2013	2014		2012	2013	2014
Delcourt	906	824	778	Total de autores de BD	1.510	1.492	1.411
Média-Participations	783	739	778	De los cuales guionistas que no dibujan	280	274	253
Glénat	478	407	420	De los cuales autoras mujeres	188	184	170

Fuente: Reporte anual 2014 sobre BD de ACBD

Libros de historietas

Los libros con mayor cantidad de ejemplares publicados en Francia durante el 2014 fueron:

- **BD:**
 - **Blake et Mortimer tomo 23** → 430.000 ejemplares publicados.
Autores: André Juillard, Étienne Schréder, Yves Sente.
Editorial: Blake et Mortimer.
 - **Joe Bar Team tomo 8** → 350.000 ejemplares publicados.
Autor: Fane.
Editorial: Vents d'Ouest.
 - **Largo Winch tomo 19** → 350.000 ejemplares publicados.
Autores: Philippe Francq, Jean Van Hamme.
Editorial: Dupuis.
 - **Le Chat tomo 19** → 350.000 ejemplares publicados.
Autor: Philippe Geluck.
Editorial: Casterman.

¹³ www.editions-delcourt.fr

¹⁴ www.media-participations.com

¹⁵ www.glenat.com

- **Lucky Luke tomo 6** → 270.000 ejemplares publicados.
Autores: Achdé, Laurent Gerra, Jacques Pessis.
Editorial: Lucky Cómics.
- **Cómics:**
 - **Walking Dead tomo 20** → 120.000 ejemplares publicados.
Autores: Charlie Adlard, Robert Kirkman.
Editorial: Delcourt Cómics.
 - **Walking Dead tomo 21** → 110.000 ejemplares publicados.
Autores: Charlie Adlard, Robert Kirkman.
Editorial: Delcourt Cómics.
 - **Walking Dead tomo 19** → 100.000 ejemplares publicados.
Autores: Charlie Adlard, Robert Kirkman.
Editorial: Delcourt Cómics.
 - **Les Simpson tomo 23** → 60.000 ejemplares publicados.
Autor: Collectif.
Editorial: Jungle!.
 - **Les Simpson T. 25** → 60.000 ejemplares publicados.
Autor: Collectif.
Editorial: Jungle!.
- **Manga:**
 - **Naruto tomo 62** → 180.000 ejemplares publicados.
Autor: Masashi Kishimoto.
Editorial: Kana.
 - **Naruto tomo 63** → 180.000 ejemplares publicados.
Autor: Masashi Kishimoto.
Editorial: Kana.
 - **Naruto tomo 64** → 180.000 ejemplares publicados.
Autor: Masashi Kishimoto.
Editorial: Kana.
 - **Naruto tomo 65** → 180.000 ejemplares publicados.
Autor: Masashi Kishimoto.
Editorial: Kana.
 - **One piece tomo 69** → 165.000 ejemplares publicados.
Autor: Eiichirô Oda.
Editorial: Glénat manga.

3. Proporción de servicios importados

Es difícil encontrar cifras de importación acerca de servicios de dibujantes, pero sí existen cifras sobre obras terminadas importadas y traducidas:

En general, para los editores comprar una obra que proviene de otros países es más económico que pagar los derechos de autor para realizar un libro de historieta. En 2014, un total de 2.275 obras de BD provenientes de 31 países diferentes (fueron 25 en 2013) fueron traducidas al francés, lo que significa el 57,65% de las publicaciones nuevas (en comparación a 2.257 correspondientes al 56% en 2013).

En 2014, el continente asiático proveyó 1.576 nuevas recopilaciones (fueron 1.555 en 2013), que corresponden a 603 series diferentes traducidas del japonés, chino o coreano (fueron 595 en 2013). El país con mayor influencia de estos últimos es Japón con 1.491 publicaciones nuevas de manga. Desde hace muchos años, Japón es el primer país exportador de BD traducidos a Francia.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES DE BD TRADUCIDOS			
	2012	2013	2014
USA	448	461	431
Japón	1.465	1.456	1.491
Corea	106	79	63
China	13	9	20
Italia	85	86	93
España	34	54	36
Gran Bretaña	21	31	23
Holanda	18	16	46
Alemania	12	15	24
Argentina	4	8	6
Total	2.206	2.215	2.233

Fuente: Reporte anual 2014 sobre BD de ACBD

4. Dinamismo de la demanda

De acuerdo al balance de la GfK¹⁶ sobre 2014, el mercado general de libros se redujo en 1,4%, y el de BD un 2% con 35 millones de libros de historietas vendidos equivalentes a 409 millones de euros.

Según GfK, la baja se debe a que no hubo títulos suficientemente fuertes para igualar las cifras de Asterix en 2013, el cual fue el libro más vendido del año con 1.287.500 ejemplares. Si se descontaran las ventas de Asterix, el mercado hubiese crecido un 1,5% en 2014.

Los principales libros de historietas del 2014 por ventas en volumen fueron:

- **Les aventures de Blake et Mortimer tomo 23**, Le Batôn de Plutarque
- **Le Chat tomo 19**, Le Chat Passe a Table
- **Joe Bar Team tomo 8**

5. Canales de comercialización

En Francia los BD se venden a través de diferentes canales. Se pueden encontrar en la mayoría de las librerías, donde las más grandes, como por ejemplo FNAC, poseen una sección propia específica para ellos. Existen también muchas tiendas especializadas en BD donde se pueden encontrar BD franco-belgas, cómics, manga, etc. Hay otras tiendas más acotadas en cuanto a su oferta y se especializan solamente en cómics, o manga, por ejemplo. También, se pueden encontrar BD en tiendas de libros de segunda mano y en los supermercados grandes como por ejemplo AUCHAN.

Algunas de las principales tiendas son:

Supermercados:

- Auchan (<http://www.auchan.fr/>)
- Carrefour (<http://www.carrefour.fr/>)
- Leclerc (<http://www.e-leclerc.com/espace+culturel>)

Librerías:

- FNAC (<http://www.fnac.com/>)
- Gilbert Jeune (<http://www.gibertjeune.fr/page/public/index.php>)
- Boulinier (<http://www.boulinier.com/>)
- Librairie Gaël (<http://www.yelp.fr/biz/librairie-ga%C3%ABl-paris>)
- L'Ecume des pages (<http://www.ecumedespages.com/>)

Librerías especializadas:



¹⁶ Gesellschaft Für Konsumforschung (GfK): es el instituto de estudios de mercado y auditoría de marketing más grande de Alemania, y el cuarto más grande del mundo.

- BDNNet (<http://www.bdnet.com/>)
- Album (<http://album.fr/>)
- Aapoum Bapoum (<http://www.aapoumbapoum.com/>)

Sólo Manga:

- Manga Toys (<http://www.manga-toys.com/catalog.html>)
- Hayaku Shop (<http://www.hayakushop.com/boutique/index.php>)

Sólo Cómics:

- Arkham Cómics (<http://arkham-Cómics.blogspot.fr/>)
- Cómics Records (<http://Cómicsrecords.com/>)
- Super Heros (<http://www.librairie-superheros.com/>)
- Pulp's Cómics (<http://pulpsCómics.blogspot.fr/>)

Venta online:

- Amazon (<http://www.amazon.fr/>)
- Izneo (<http://www.izneo.com/>)
- AveCómics (http://www.aveCómics.com/fr_fr/)



Otro medio por el cual se vende este producto a través de diferentes plataformas de internet por las cuales se puede comprar el libro en papel o en versión online para ser descargado en computadores, tablets y smartphones a través de aplicaciones como bdBuzz, por ejemplo. En 2009, se empezó a usar por primera vez el concepto de BD digital en Francia, creándose AveCómics que fue una de las primeras iniciativas de este estilo. Hoy en día hay diversas plataformas de este tipo en el país, siendo Izneo la principal. Además existe Comixology¹⁷ y diversos blogs como Papacube¹⁸, Le Geektionnerd¹⁹ y Yatuu²⁰.

De acuerdo al balance de Gfk las librerías especializadas en BD y las ventas por internet progresaron un 4%, al contrario de las ventas en supermercados, que se redujeron en 16%.

Finalmente, un tercer canal importante de comercialización de BD son las múltiples ferias que se realizan todos los años en el país, donde se exponen BD de diferentes rubros. En ellas están presentes editoriales, autores y dibujantes, críticos del tema, los que hacen los balances, estudios, etc. En estas ferias se presentan los productos, se vende y establecen redes de contactos entre los actores del mercado.

¹⁷ <https://www.comixology.com/>

¹⁸ <http://www.papacube.com/>

¹⁹ <http://geektionnerd.net/>

²⁰ <http://yatuu.fr/>

Algunas de las principales ferias son:

- **Salon du livre, París.**
20, 21, 22 y 23 de marzo de 2015.
<http://www.salondulivreparis.com/>
- **Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême.**
29 de enero al 1 de febrero de 2015.
<http://www.bdangouleme.com/>
- **Festival: 48h de la BD.**
3 y 4 de abril de 2015.
<http://www.48hbd.com/>
- **Festival: Bulles dans le Lac.**
28 y 29 de marzo de 2015.
<http://www.lacdessapins.fr/festival-bd.html>
- **Festival: LyonBD.**
12, 13 y 14 de junio de 2015.
<http://www.lyonbd.com/>
- **Central Vapeur, Strasbourg.**
4 – 14 de diciembre de 2014.
<http://centralvapeur.org/tag/bd/>
- **Festival BD Colomiers, Toulouse.**
13, 14 y 15 de noviembre de 2015.
<http://www.ville-colomiers.fr/index.php/ minisite /display?idpage=656>
- **Culture Maison, Bruxelles.**
12, 13 y 14 de septiembre de 2014.
<http://www.culturesmaison.be/fr>

6. Principales players del subsector y empresas competidoras

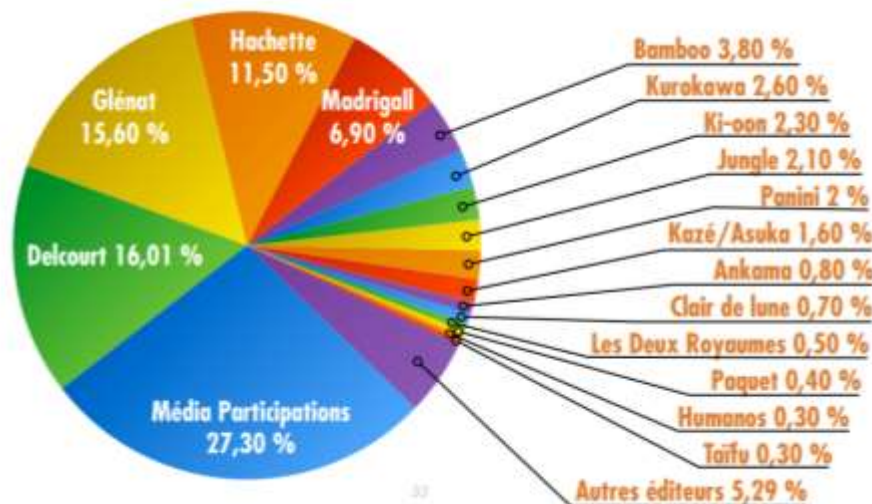
En Francia, las principales editoriales son:

- **Grupo de Média Participations** (<http://www.media-participations.com>):
 - Dargaud.
 - Dupuis.
 - Kana.
 - Lombard.
 - Urban Cómics.
 - Blake et Mortimer.
 - Lucky Cómics.
 - Marsu, Zéphyr.
 - Etc.
- **Grupo Delcourt** (<http://www.editions-delcourt.fr/>):
 - Delcourt.
 - Soleil.
 - Tankam.
 - Quadrants.
- **Grupo Glénat** (<http://www.glenat.com/>):
 - Glénat.
 - Vents d'ouest.
 - Mad Fabrik.
 - 12 bis.
 - Etc.



En 2013 estos tres grupos representaron el 58,91% del mercado de BD.

Proporción de ventas de BD en número de ejemplares en Francia 2013



Fuente: Reporte anual 2014 sobre BD de ACBD

Cómics

Hay tres editoriales principales en el mercado francés: Urban Cómics²¹ (filial de Dargaud²²), que compró los derechos de los superhéroes de la estadounidense DC Cómics²³ (Batman, Superman, etc.), Panini Cómics²⁴, que tiene los derechos de Marvel²⁵ para Europa (X-Men, Hulk, etc.), y Delcourt²⁶, que triunfa con la saga Walking Dead creada en 2003.

Delcourt tiene alrededor de un tercio del mercado francés. Urban Cómics y Panini Cómics poseen cada uno cerca de un cuarto.

Algunos artistas destacados en 2013 fueron: Franck Cho, Joe Benitez, Carlos Pacheco (con Panini), Humberto Ramos (con Glénat), Eddy Barrows - dibujante de "Superman à terre", Lee Bermejo - dibujante de "de Batman Noël" y Favid Finch - guionista de "Batman, La Nouvelle Aube" y dibujante de "Batman Le Chevalier noir" (con Urban Cómics)

Entre las editoriales principales ese año estaba Panini Cómics, Urban Cómics, Glénat²⁷, Delcourt, Trinquette²⁸, Huginn & Muninn²⁹, Stara Comix³⁰, entre otros.

²¹ <http://www.urban-comics.com/>

²² <http://www.dargaud.com/>

²³ <http://www.dccomics.com/>

²⁴ <http://www.paninicomics.fr/>

²⁵ <http://marvel.com/>

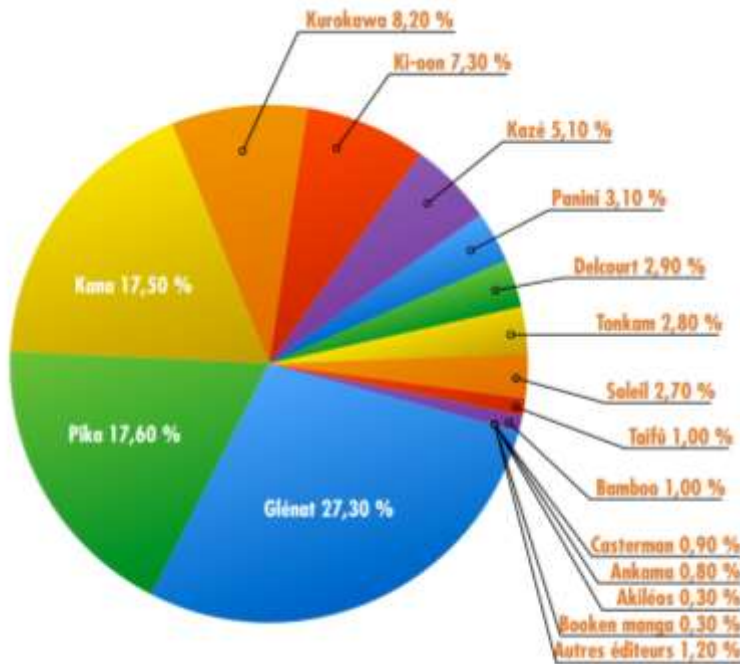
²⁶ <http://www.editions-delcourt.fr/>

²⁷ <http://www.glenat.com/>

²⁸ <https://www.facebook.com/trinquettebooks/>

Manga

Ventas de Manga en Francia 2013



Fuente: Reporte anual 2014 sobre BD de ACBD.

En manga, las principales editoriales en 2013 fueron Glénat³¹, Pika³² y Kana³³.

7. Marco legal y regulatorio del subsector

- **Ley Lang**

La “ley Lang”³⁴ es una ley francesa que instauro un precio único para un mismo libro en todos los puntos de venta (supermercado, tiendas independientes, etc.). La ley n°81-766 del 10 de agosto de 1981 relativa al precio del libro limita la competencia sobre el precio de venta de los libros al público con el fin de proteger el sector y de desarrollar la lectura.

De acuerdo a esta ley, un libro nuevo vendido en Francia debe tener un precio único fijado por el editor, el cual debe estar impreso sobre la cubierta del libro. De todas formas, el vendedor está

²⁹ <https://www.facebook.com/huginnetmuninn/>
³⁰ <http://www.planetebd.com/recherche/editeur/editions-stara-166.html>
³¹ <http://www.glenat.com>
³² <http://www.pika.fr/>
³³ <http://www.kana.fr/>
³⁴ La ley debe su nombre al ex Ministro de la Cultura Jack Lang.

autorizado a proponer una reducción de hasta el 5% del precio del libro. Esta ley no se aplica al libro de segunda mano ni a los libros con descuentos.

- **Ley anti-Amazon**

Ley que rige las condiciones de ventas del comercio vía internet. Esta ley fue promulgada para luchar contra las prácticas de ventas desleales de algunos de los operadores en línea que proponía. Además de la rebaja autorizada del 5% sobre el precio de los libros, que no se cobren gastos de envío. Esta práctica es considerada desleal por las librerías tradicionales.

- **Ley de los libros digitalizados**

Desde el 5 de marzo de 2015, el IVA (impuesto al valor agregado) aplicable a los libros digitalizados, fijado en 2012 a una tasa reducida del 5,5% igual que el libro impreso, deberá pasar a ser 20%. Esta decisión fue tomada por la Corte de Justicia de la Unión Europea³⁵ que considera que un libro digitalizado constituye un « servicio suministrado por vía electrónica » al cual corresponde aplicar el IVA general de 20% y no el IVA reducido de 5,5% aplicable a bienes básicos.

8. Tendencias comerciales del sector

En general, los franceses leen mucho para escaparse del cotidiano, especialmente los jóvenes, que leen principalmente novelas y trilogías como Millenium, Harry Potter, Crepúsculo, 50 Sombras de Grey, etc.

En el mundo de los BD, los franceses tienen un fuerte interés por temas heroico-fantásticos e históricos. Además, prefieren las sagas (historia que continua a través de los tomos) que las series (se pueden leer por separado los capítulos).

BD

En enero de 2015, en el *Festival Internacional de Angoulême*³⁶, los editores indicaron que en 2014 las ventas de BD franco-belgas se redujeron en un 4% hasta los 284 millones de euros.

A pesar de esto, según las ventas por volumen, lo que más le gusta al público francés siguen siendo los BD franco-belgas.

Los temas de aventura y de humor generan mucho interés.. Además, han surgido nuevas tendencias como los BD reportajes y los BD alternativos, que poco a poco se van haciendo más conocidos.



³⁵ Cour de Justice de l'Union Européenne

³⁶ <http://www.bdangouleme.com>



Manga

Por su lado, manga han ido perdiendo su influencia en el mercado, bajando sus ventas en 2014 en un 1%, llegando a los 86 millones de euros.

Cómics

La venta de cómics estadounidenses aumenta rápidamente en Francia y se han convertido en el motor del mercado frente a los manga japoneses. Esto se ve reflejado en el hecho de que los cómics con superhéroes recurrentes como los X-Men o Batman, o las nuevas series como Walking Dead, experimentaron un aumento del 18% de sus ventas en 2014, alcanzando los 38 millones de euros, representando el 9% del mercado francés.



Hoy en día, los cómics estadounidenses representan cerca de la mitad del mercado de los manga, según el presidente de la editorial Dargaud, Claude de Saint Vincent.

Los lectores de cómics son, sobre todo, jóvenes ejecutivos que no solían leer cómics y que están dispuestos a pagar algo más por grandes Libros de historietas de tapa dura, con un grafismo cada vez más cuidado. Francia se ha convertido en el primer mercado para los cómics de Marvel tras Estados Unidos, según el director de la editorial Panini en Francia, Walter de Marchi.

VI. Competidores

1. Principales proveedores externos

Resulta difícil obtener datos concretos sobre este tema ya que muchas veces los autores extranjeros se unen a alguna editorial francesa para producir, por lo que al final se cuenta como producto francés. Algunos de los principales autores extranjeros conocidos hoy en día en Francia son:

- España: Keko, Antonio Altarriba.
- Brasil: Fabio Moon.
- Argentina: Marc-Antoine Mathieu, Carlos Trillo.
- Italia: Piero Macola.
- Alemania: Reinhard Kleist, Thomas Von Kummant.

Los BD chilenos no son conocidos en Francia. Las únicas figuras chilenas que se conocen son Alejandro Jorodowsky³⁷ y Carmen Castillo³⁸.

2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Para hacer un BD se necesita un guionista, un dibujante y una editorial. Muchas veces estos actores son diferentes, pero también el guionista puede ser a la misma vez el dibujante, o puede ser que haya varias personas que actúen como guionistas y dibujantes al mismo tiempo en una obra.

En el caso de Jorodowsky, él hace el guion y luego elige al dibujante que estime conveniente para el trabajo. Éste lee el guion, hace un bosquejo y se lo muestra al autor para ver si está en la misma línea con lo que él busca o si hay que hacer modificaciones. Así van trabajando juntos hasta obtener el resultado deseado.

Después de que el BD está terminado y editado, se va al agente de difusión, quien es el encargado de comercializar el libro. Él ve a qué puntos de venta entregarlo y es el encargado de hacer las negociaciones. Finalmente, el distribuidor es el encargado de enviar el libro a los diferentes puntos de venta. Los distribuidores de libros, por lo general, son un ente especializado, no es distribución general.

Un ejemplo de distribuidor es PRISME³⁹.

Ejemplo de agente de difusión son Le Seuil⁴⁰, Belles Lettres⁴¹ y Volumen⁴².

³⁷ <http://www.bedetheque.com/auteur-89-BD-Jodorowsky-Alexandro.html>

³⁸ <http://www.l lombard.com/series-bd/vaincus-mais-vivants,480/>

³⁹ <http://www.webprisme.com/>

⁴⁰ <http://www.seuil.com/>

⁴¹ <http://www.blld.fr/>

⁴² <http://www.volumen.fr/index.html;jsessionid=4604D990FA56C65C9CFD87E89A6279D5>

3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores

Existen diversas formas de entrar al mercado. Hay algunos autores que llevan su producto terminado a las editoriales, ven si les gusta y desde ahí hacer una asociación para llegar a los distribuidores y difusores. Es el caso de autores extranjeros que llegan a París, producen y editan sus propios BD, y buscan en Francia distribuidores para sus libros de historietas. Es “ir tocando puertas” para ver si alguien tiene interés en su producto. Existen también otras formas de entrar al mercado, como asociarse desde un principio con alguna editorial, antes de tener el libro de historietas terminado, ya que estas son conecedoras del mercado francés y saben qué es lo que le interesa al público, además de tener las redes necesarias para la publicación del BD.

4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores

En Francia, la distribución de los ingresos se divide de la siguiente forma:

El agente de difusión, distribuidor y la librería, se quedan entre los tres con el 62% de los ingresos totales de cada libro vendido. El otro 38% se divide entre el editor (28%), y el guionista y dibujante (se dividen el 10% restante).

La librería puede devolver los ejemplares no vendidos en un periodo de 2 meses a 1 año⁴³ pero no reembolsa el dinero invertido, sino que queda abonado para la próxima publicación que se produzca y sea enviada a la tienda

VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

Los principales obstáculos a enfrentar para los proveedores chilenos de servicios en el mercado francés son, en primer lugar, el idioma, ya que en Chile la población que habla francés es minoritaria y, en segundo término, la sobreoferta que existe en dicho mercado.

Además, la forma de narrativa de los BD chilenos está dirigida al público chileno, por lo que hay que saber adaptar la narración a los intereses del público francés/europeo y adaptar también el estilo literario a los preferidos por estos.

⁴³ <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F32288>

VIII. Otra información relevante del mercado de destino

Una información importante que hay que tener presente a la hora de incorporarse a este mercado es que, al igual que en Chile, el nivel de ingresos de un autor de BD, no es lo suficientemente alto para sustentar una buena calidad de vida. Si bien es cierto que Francia es uno de los mercados más importantes de BD, también hay que resaltar el hecho de que, en la actualidad, hay una sobre oferta de producción. El número de autores, dibujantes, editores y libros de historietas publicados está aumentado, pero, como explicamos anteriormente, los lectores han disminuido y las ventas también.

Actualidad

Al igual que en Chile, existen periódicos satíricos que caricaturizan temas sociales y políticos. Durante el 2015, este género ha alcanzado incluso más popularidad debido al atentado terrorista que vivió el semanario satírico Charlie Hebdo⁴⁴ el 7 de enero de 2015. Debido a esto, el número de suscriptores del semanario ha sobrepasado los doscientos mil, siendo que antes del atentado tenía diez mil. Además, para la primera publicación después del ataque, se vendieron 8 millones de ejemplares. La situación ha conllevado a un mayor interés por los dibujos en la prensa.



Subvenciones

Existen diversos organismos que ayudan con subvenciones para la producción de libros.

El *Centro Nacional del Libro* (CNL⁴⁵ por sus siglas en francés), es una organización pública dependiente del Ministerio de Cultura de Francia cuyo rol es apoyar al conjunto de la cadena del libro autores, editores, librerías, bibliotecas, promotores del libro y de la lectura y la creación y difusión de obras, para lo que atribuye una gran cifra de préstamos y subvenciones. Para ello, CNL dispone de impuestos fiscales, los cuales distribuye entre: la venta de material de reproducción e impresión y las ventas de las editoriales. El importe total de sus intervenciones es de 42 millones de euros al año.

⁴⁴ <https://charliehebdo.fr/>

⁴⁵ <http://www.centrenationaldulivre.fr/>.

A continuación se adjunta un listado de las ayudas y subvenciones que el CNL da:

(http://www.centrenationaldulivre.fr/en/ressources/tous_les_formulaires/)

- Ayuda a los autores:
 - Becas de escritura.
 - Créditos de preparación.
 - Créditos de residencia.
 - Beca Cioran.
- Ayuda a los traductores:
 - Becas de residencia a los traductores extranjeros.
 - Créditos de traducción.
- Ayuda a la edición:
 - Subvenciones para la publicación.
 - Subvenciones para la preparación de proyectos colectivos pesados.
 - Subvenciones para cubrir los costos iconográficos.
 - Préstamos económicos a las empresas de edición.
- Ayuda a la edición digital:
 - Subvenciones para la digitalización retrospectiva y la difusión digital de documentos bajo derechos.
- Ayuda a la traducción:
 - Intraducción: Ayuda para la traducción al Francés de obras extranjeras.
 - Extraducción: Ayuda para la traducción de obras francesas a lenguas extranjeras.
- Ayuda a las revistas:
 - Subvención anual al funcionamiento de revistas.
 - Subvención a la digitalización de revistas.
 - Subvención a la creación de revistas en línea.
 - Subvención al desarrollo de revistas.
- Ayuda a los bibliotecarios y a la difusión:
 - Subvención a los proyectos de difusión de libros para el discapacitado.
- Ayuda a los libros:
 - Préstamos económicos para la creación, desarrollo o reactivación de librerías.
 - Subvención para la creación, desarrollo, o reactivación de librerías.
 - Subvención para la creación de catálogos temáticos por las librerías.
 - Subvenciones para la valorización de los fondos en librería: ayuda económica a librerías independientes para la creación, ampliación, mudanza, modernización, desarrollo de la actividad.
- LiR: label de référence (etiqueta de referencia; certificación):
 - Formulario.
 - Lista de establecimientos certificados.
 - Informaciones prácticas.
- Ayuda a los libros francófonos:
 - Subvención para la creación de librerías o la implantación de fondos en francés.
 - Librerías francófonas de referencia: demanda de aprobación.

- Librerías francófonas de referencia: subvención a la diversificación y valorización de los fondos en Francia.
-
- Ayuda a los organizadores de manifestaciones:
 - Ayuda a la realización de manifestaciones literarias.
- Digitales :
 - Subvención para la digitalización retrospectiva y la difusión digital de documentos bajo derechos.
 - Subvención para la publicación digitalizada y la difusión digitalizada para un catálogo de novedades.
 - Ayuda a los editores independientes que desean iniciarse en la digitalización.
 - Ayuda a los servicios digitales: licitaciones.

1. SAIF

La *Sociedad de Autores de Artes Visuales y la Imagen Fija* (SAIF⁴⁶ por sus siglas en francés) es una sociedad francesa privada de gestión de derechos de autor.

Beca BD SAIF:

La SAIF y el *Centro internacional de la BD y de la imagen* (CIBDI⁴⁷ por sus siglas en francés) han apoyado desde 2010 a dibujantes y/o guionistas de BD. La CIBDI ofrece al autor seleccionado un puesto en las residencias de la *Maison des auteurs d'Angoulême*⁴⁸ (casa de autores de Angulema), y la SAIF le otorga una beca de 5.000 euros.

Para poder obtener estas ayudas complementarias e indisolubles, los interesados deben postular antes del mes de octubre de cada año. Además, los postulantes deben respetar las siguientes condiciones:

- Ser de nacionalidad francesa o extranjera pero residir fiscalmente en Francia.
- Ya haber publicado por lo menos un libro de BD.
- Ser dibujante y/o guionista de historietas.

El jurado compuesto por miembros de la *Maison des Auteurs* y un miembro de las SAIF examina, una vez al año, las postulaciones para atribuir las becas.

Es importante tener en cuenta que los anteriormente nombrados son sólo algunos de los organismos que ofrecen ayuda monetaria para la producción de BD.

⁴⁶ Société des Auteurs arts des Arts visuels et de l'image fixe <http://www.saif.fr/>

⁴⁷ Centre International de la Bande Dessinée et de l'Image fixe <http://www.saif.fr/>

⁴⁸ http://www.saif.fr/spip.php?page=actioncul2&id_article=88

IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Boulinier⁴⁹: Uno de los vendedores de esta librería, especializado en el sector de BD, opina que uno de los factores que influyen en el interés de los clientes por comprar este producto es que al haber tantos actores nuevos, se producen muchos libros de historietas que son de poco interés general, lo que muchas veces termina desmotivando a los lectores.

Además, dio como ejemplo a Rajko Milošević – Gera⁵⁰ (conocido también como R.M. Guera) quien ha logrado su éxito debido a su capacidad de trabajar rápidamente y en más de un proyecto a la vez (manteniendo la calidad de su trabajo), lo que lo hace atractivo para las editoriales. Este autor serbio ha producido para diferentes mercados como España, Francia y Estados Unidos.

Autor chileno: Llegó a Francia hace pocos meses y tiene intenciones de incorporarse en el mercado francés con sus BD. Además del talento, él opina que como punto a favor los autores chilenos por lo general escriben sobre temas muy políticos y sociales, lo que coincide con los intereses de lectura francesa. Un punto en contra sería que hay una tendencia muy nacional/local al escribir que apunta sólo al público chileno, lo que lo hace poco interesante y difícil de leer para los extranjeros. Para ello, habría que ser capaces de escribir con un lenguaje más neutro.

Según él la forma de narrar y el contenido están muy influenciados por los temas políticos del país, lo que se ha vuelto un poco repetitivo después de tantos años. A su parecer, lo que habría que hacer es reinventar la forma de narrar para hacerla más atractiva al público, y también desempeñarse en nuevos temas, por ejemplo la ciencia-ficción.

En términos generales, los principales obstáculos que él ve son culturales (narración → forma y contenido) y de la industria donde hay que consolidar la industria del BD en Chile para así poder surgir en el mercado internacional como los hacen Argentina, México y Brasil, países que tienen este mercado desarrollado.

⁴⁹ www.boulinier.com/ Librería de libros de segunda mano.

⁵⁰ [https://fr.wikipedia.org/wiki/R. M. Gu%C3%A9ra](https://fr.wikipedia.org/wiki/R._M._Gu%C3%A9ra)

X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

Para lograr surgir en el mercado francés la mejor opción es asociarse con alguien que este activo en este mercado, ya que así se tiene un “guía” en cuanto a los intereses y tendencias existentes en éste. Además ayudará a tener una red de contactos más amplia. Éste puede ser un autor francés, una editorial, etc.

En general, es mucho más fácil asociarse con alguien en Francia y producir “desde adentro” que llegar con un producto terminado y tratar de venderlo aquí. Sin embargo, si lo que se busca es exportar un producto chileno lo primero que hay que hacer es tenerlo traducido al francés para que pueda ser presentado a los actores del país. Además, intentar narrar de una forma que sea interesante para lectores internacionales y no solo para chilenos.

Por otro lado, en Francia, muchas veces se usan cómics como Mafalda para enseñar español a los alumnos, por lo que se podría adaptar la oferta de BD chilena a alguna propuesta de educación o algún otro foco que sea interesante para el público francés.

XI. Contactos relevantes

- **Glénat Ediciones.**

Presidente: Jacques Glenat.

Dirección, edición de libros Glénat, guías Franck y Didier Richard, servicios administrativos:

37 Rue Servan 38000 Grenoble.

Tél : 04 76 88 75 75 - fax : 04 76 88 75 70.

Edición de BD, Ediciones Atlas, 39, Rue du Gouverneur-Général-Eboué.

92130 Issy-les-Moulineaux.

Tél : 01 41 46 11 11 - fax : 01 41 46 11 00.

- **Delcourt**

Edicioness Delcourt - 8, rue Léon Jouhaux 75010 Paris.

Tél: 01 56 03 92 20 - Fax: 01 56 03 92 30.

Difusión France: Delsol (01 55 26 83 00)

132, rue du Faubourg Saint-Denis - 75010 Paris

delsol-diffusion@delsol-diffusion.com

- **Centro Nacional del Libro (CNL, por sus siglas en francés)**

Subdirector del departamento de difusión.

Thierry AUGER.

01 49 54 68 79 / thierry.auger@centrenationaldulivre.fr

Ayudas a librerías catálogos y sitios de internet colectivos de librerías
Elisabeth REDOLFI.

01 49 54 68 61 / elisabeth.redolfi@centrenationaldulivre.fr

Paule EYMARD.

01 49 54 68 07 / paule.eynard@centrenationaldulivre.fr

Laurence PISICCHIO.

01 49 54 68 14 / laurence.pisicchio@centrenationaldulivre.fr

XII. Fuentes de información (*Links*).

- INSEE. Instituto francés de estadísticas
<http://www.insee.fr/fr/default.asp>
- Asociación de críticos y periodistas de historietas
<http://www.acbd.fr/>
- ACBD: Reporte anual 2014 sobre BD, Informe Anual 2014
<http://www.acbd.fr/2366/les-bilans-de-l-acbd/2014-lannee-des-contradictions/>
- Análisis del mercado francés en 2013.
<http://www.entrecómics.com/?p=96147>
- Análisis del mercado francés 2014 (en español).
<http://www.entrecómics.com/?p=103498>
- Gremio de la librería francesa, Syndicat de la Librairie française → cifras claves de la economía del libro 2012-2013
http://www.syndicat-librairie.fr/images/documents/chiffres_cles_livre_sl_2012_2013.pdf
- ActuaBD (página que contiene información sobre la actualidad de los BD).
<http://www.actuabd.com/>
- Du9 (revista online sobre BD).
<http://www.du9.org/>
- Du9, informe sobre mercado de BD 2014.
<http://www.du9.org/dossier/chiffres-et-etat-des-lieux/>

- Grupo de Média Participations.
<http://www.media-participations.com>
- Grupo Delcourt.
<http://www.editions-delcourt.fr/>
- El grupo Glénat.
<http://www.glenat.com/>
- PRISME.
<http://www.webprisme.com/>
- Le Seuil.
<http://www.seuil.com/>
- Belles Lettres.
<http://www.blld.fr/>
- Volumen.
<http://www.volumen.fr/index.html;jsessionid=4604D990FA56C65C9CFD87E89A6279D5>
- Centro Nacional del Libro (CNL, por sus siglas en francés).
<http://www.centrenationaldulivre.fr/>
- Lista de las ayudas y subvenciones que ofrece el CNL.
http://www.centrenationaldulivre.fr/en/ressources/tous_les_formulaires/
- Sociedad de Autores de Artes Visuales y la Imagen Fija (SAIF por sus siglas en francés)
http://www.saif.fr/spip.php?page=actioncul2&id_article=88
- Impuesto al libro digital.
<http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/F22764.xhtml>